

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Model penelitian Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Consumer Innovativeness* Terhadap *Intention Consumer* Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada 100 orang responden, yaitu responden Nasabah Dalam Penggunaan *Internet Banking* Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang Data pada penelitian ini diolah menggunakan SPSS 20 *for windows*.

Berdasarkan hasil penelitian dengan pengujian SPSS dapat disimpulkan bahwa:

1. *Perceived Usefulness* memiliki peran penting dalam meningkatkan preferensi konsumen terhadap Terhadap *Intention Consumer* Dalam Penggunaan *Internet Banking* Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* di Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat mempengaruhi *Intention Consumer* Dalam Penggunaan *Internet Banking* Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang artinya semakin bagus *Perceived Usefulness* yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin meningkat pula *Intention Consumer* Dalam Penggunaan *Internet Banking* Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang.
2. *Perceived Ease Of Use* memiliki peran penting dalam meningkatkan preferensi konsumen terhadap Terhadap *Intention Consumer* Dalam

Penggunaan *Internet Banking* Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Ease Of Use* di Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat mempengaruhi *Intention Consumer Dalam Penggunaan Internet Banking Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang* artinya semakin mudah *Perceived Ease Of Use* yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin meningkat pula *Intention Consumer Dalam Penggunaan Internet Banking Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang*

3. *Consumer Innovativeness* memiliki peran penting dalam meningkatkan preferensi konsumen terhadap *Intention Consumer Dalam Penggunaan Internet Banking Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang* Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Consumer Innovativeness* di Bank Nagari Cabang Utama Padang dapat mempengaruhi *Intention Consumer Dalam Penggunaan Internet Banking Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang* artinya semakin tinggi tingkat *Consumer Innovativeness* yang dirasakan oleh konsumen, maka semakin meningkat pula *Intention Consumer Dalam Penggunaan Internet Banking Pada Nasabah Bank Nagari Kantor Cabang Utama Padang*

4. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi nilai *adjusted R²* adalah Berdasarkan output diperoleh angka *adjusted R Square* sebesar 0.669 atau .66.9%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel *independent* yaitu *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Consumer Innovativeness* terhadap *Intention* adalah

sebesar .66.4%. atau variasi variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan sebesar 66,4%. variasi variabel *dependent*. Sedangkan sisanya 33,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini

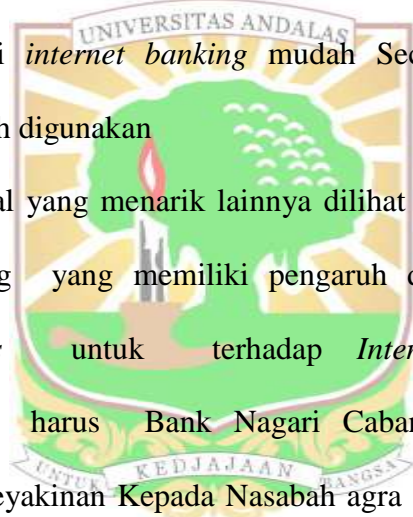
5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh. Maka ditemukan beberapa implikasi kebijakan yang harus diambil oleh manajemen agar menciptakan keunggulan kompetitif dengan menjadi perusahaan yang berpusat pada pelayanan optimal yang di berikan pada Nasabah dengan menawarkan Pelayanan yang unik dalam pelayanan dalam bentuk Aplikasi,Oleh sebab itu, peneliti membuat beberapa bentuk implikasi yang bisa membantu Bank Nagari Cabang Utama Padang untuk meningkatkan *Intention* Consumer Penggunaan *Internet Banking* untuk lebih memperhatikan *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Consumer Innovativeness* karena ketiga hal tersebut saling berhubungan dan mempengaruhi *Intention* Consumer Dalam Penggunaan *Internet Banking* Pada Nasabahnya bentuk implikasinya adalah sebagai berikut :

1. Bank Nagari Cabang Utama Padang harus terus meningkatkan *perceived usefulness* dari fasilitas *internet banking*-nya, dengan meningkatkan tols tols yang ada pada *Internet Banking*, antar lain peningkatan Kegunaan *Internet Banking* dalam memperbaiki pekerjaan yang sedang dilakukan oleh nasabah seperti tols yang meberikan kemudahan segala pembayaran, Peningkatan penggunaan *Internet Banking* dalam meningkatkan produktivitas dan efektifitas melaksanakan pekerjaan Nasabah, selanjutnya tols *Internet Bangking* Bank Nagari

Cabang Utama Padang dalam meningkatkan Kineja Nasasbah dalam pelaksanaan perkerjaan

2. Selain itu, meskipun pada penelitian ini *perceived ease of use* juga signifikan mempengaruhi *intention* Consumer Bank Nagari Cabang Utama Padang dalam Implementasi harus tetap mengembangkan sistem *internet banking* agar semakin lebih mudah digunakan mengembangkan sistem layanan *internet banking* lebih efektif. mengembangkan sistem layanan *internet banking internet banking* membuat transaksi perbankan lebih cepat. Mengnikatkan sistim informasi dari *internet banking* mudah Secara keseluruhan *internet banking* mudah digunakan
3. Selanjutnya hal yang menarik lainnya dilihat dari Bank Nagari Cabang Utama Padang yang memiliki pengaruh dominan yaitu *Consumer Innovativeness* untuk terhadap *Intention* Consumer, dalam Implementasi harus Bank Nagari Cabang Utama Padang harus memberikan keyakinan Kepada Nasabah agra tidak ragu untuk mencoba produk *Internet Banking*.

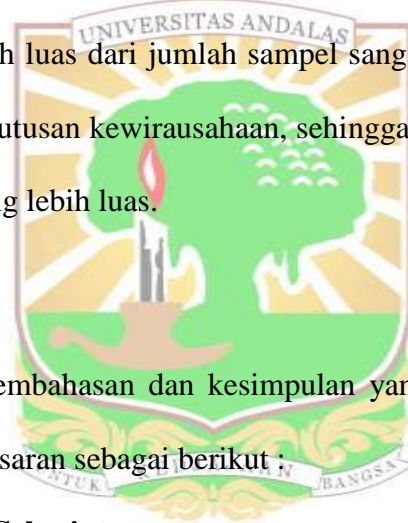


5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dari beberapa aspek, seperti aspek kajian penelitian (teori, variabel, model penelitian), maupun aspek metodologi (pemilihan sampel, metode analisis, dan lain-lain). Penelitian ini berfokus pada pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Consumer Innovativeness* Disamping itu, masih terdapat berbagai faktor lainnya dalam kaitannya dengan *Intention* Consumer Dalam Penggunaan *Internet Banking*

yang menarik untuk diuji pada penelitian.

Kemudian dari aspek metodologi, penelitian ini berfokus pada kajian terhadap Bank Nagari Cabang Utama Padang untuk pengujian sampel dalam konteks yang lebih luas disarankan dalam penelitian berikutnya, seperti dalam konteks beberapa provinsi maupun kajian lebih luas seperti kajian dalam konteks Indonesia. Keterbatasan lain adalah penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dalam pengambilan sampel serta dengan jumlah 100 responden penelitian. Teknik-teknik lain sangat disarankan, terutama teknik probability sampling, sehingga menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasi secara utuh. Kajian yang lebih luas dari jumlah sampel sangat disarankan dalam rangka memetakan kajian keputusan kewirausahaan, sehingga dapat dikaji dalam konteks cakupan penelitian yang lebih luas.



5.4 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya :

- a. Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya fokus pada *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Consumer Innovativeness* terhadap *Intention Consumer Dalam Penggunaan Internet Banking*, untuk itu diharapkan penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dan menambahkan variabel lain yang juga ikut mempengaruhi *Intention Consumer Dalam Penggunaan Internet Banking*
- b. Rekomendasi yang dapat diberikan bagi penelitian selanjutnya

adalah melakukan penelitian dengan objek bank lain agar dapat dibandingkan dengan hasil penelitian ini.

- c. Penelitian selanjutnya dapat memperluas area penelitian tidak hanya masyarakat sekitar Padang saja yang di jadikan responden dan memperbanyak jumlah responden, sehingga hasil penelitian dapat digunakan pada Bank Nagari lainnya yang ada di luar Padang.

2. Bagi Mahasiswa :

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi positif bagi mahasiswa dan dapat membantu pemahan dalam mengetahui faktor faktor yang dapat meningkatkan *Intention* Consumer Dalam Penggunaan *Internet Banking*, pemahaman mahasiswa di masa yang akan datang dengan yang lebih baik lagi. Diharapkan lebih aktif baik dalam kegiatan seminar ataupun pelatihan pemasaran Perbankan.
- b. Penelitian ini membuktikan bahwa *Intention* Consumer Dalam Penggunaan *Internet Banking* di Bank Nagari Cabang Utama Padang memiliki keputusan yang besar untuk pengembangan usaha yang lebih baik lagi maka diharapkan mahasiswa untuk tidak takut lagi untuk terjun kedalam kegiatan pemasaran.

3. Bagi Pihak Bank Nagari Cabang Utama Padang :

Dengan adanya pengelolaan yang cukup baik dalam manajemen *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Consumer Innovativeness* terhadap *Intention* Consumer Dalam Penggunaan *Internet Banking* pada Bank Nagari Cabang Utama Padang dalam penelitian ini, maka akan memberikan daya tarik dan kenyamanan dalam transaksi , sehingga

nasabah puas dan mempromosikan Bank Nagari Cabang Utama Padang kepada orang lain dengan itu dapat meningkatkan penjualan dan juga citra dari Bank Nagari Cabang Utama Padang tersebut. Selain itu, Bank Nagari Cabang Utama Padang harus memperhatikan faktor-faktor lain dengan baik di luar *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Consumer Innovativeness* terhadap *Intention* Consumer Dalam Penggunaan *Internet Banking* pada Bank Nagari Cabang Utama Padang dipengaruhi oleh faktor lain.

